

女性農業者の 新しい取組みについて ～人的ネットワークによる取組みから～

株式会社 日本経済研究所 社会インフラ本部
公共マネジメント部 副主任研究員 永島千恵

これまでの女性農業者ネットワークは地域や地縁関係が中心であったが、新たな形が生まれている。そこで、これまでのものとは違った、いくつかの女性農業者ネットワークを先行事例とし、「新しい組織*1」として、どのようなイノベーションをもたらしたのか、またそれを可能にした要因と今後の課題について考察することとした。

1. 本調査の背景

筆者は昨年度、受託事業としてある政令指定都市の若手農業者の情報交流ネットワークの構築を目的としたワークショップやセミナーの企画運営に携わった。そこに参画した若手農業者（20～40代）から、ネットワークの形成が難しいとの意見があった。特に、女性農業者は参加者17名中4名の参加であり、そもそも参加自体が少なかった。

これまで、女性農業者のネットワークとしては、地域の婦人会や農協婦人部など地縁を基盤としたグループはかねてから存在しているが、その多くは農家の嫁を対象とし、地域のしきたりや家事・育児支援など、地域交流を目的としていた。

近年ではこのような地域の女性農業者ネットワークが、六次産業を推進し、地域経済に大きく貢献してきた実績があるが、メンバーの高齢化が顕著となってきている。

さらに、先行研究の中には、上記のような既存の女性農業者のネットワークの多くが「職業的なつながりの弱さ*2」があることを指摘している。

2. 本調査で取り上げる「女性農業者ネットワーク」とは（考察する先進事例）

本事業で取り上げる「女性農業者ネットワーク」を「農業に関する業務を職業とし、地域や年齢にとらわれず、かつネットワークに自主的に参画した構成員によって形成されているもの」と定義し、先進的な事例として下記の分類ごとにヒアリング調査を行った。各ネットワークのヒアリングなどの概要は以下の通り（図表1）。

■図表1 ヒアリング調査を行った女性農業者ネットワーク概要まとめ

タイプ別	全国女性農業者・行政・企業連携型	道内女性農業者主体	全国女性農業者主体	道内女性農業者・行政連携型
ネットワーク名	農業女子プロジェクト	LINKS (リンクス)	田舎のヒロインズ	はらべ娘 (はらべこ)
参画者	農林水産省、女性農業者、企業	北海道内の女性農業者	全国の女性農業者	北海道公社、北海道の女性農業者
ネットワーク形成の目的	・女性農業者の生産力UP・「農業女子」という新市場の確立・農業女子の持つ知恵、情報の商品化	・北海道地域内に点在している気のある女性農業者の交流	・NPO法人の役割として、社会の価値観の変革、社会還元	・女性農業後継者の育成、及び関連課題の支援策など
参加条件	全国の女性農業者	特段なし。農家であればOK	全国の女性農業者	北海道の跡継ぎ女性農業者
参画している女性農業者の特徴	・「家族（夫や両親など）経営」、「跡取り娘」、「新規就農者」、「農業法人社員」など様々	・北海道内の女性農業者＜家族（夫や両親など）経営が中心＞	全国の女性農業者（農業経営形態は様々。各地に支部あり）	北海道内の跡継ぎ女性農業者（跡取り娘）
主な取り組み内容	・企業との商品開発 ・参画者との情報交流など ・年に2回総会を実施	農業者との勉強会などの情報交流（土の維持・管理法、価格設定、直売、ネットなどの販売チャネルの相談）	農業者との勉強会、イベント、年一回の総会。その他各支部にて六次産業などの農産品製造販売など	「技術・経営・農業関係」「料理・加工・食」「婚活」「視察」に分かれて活動。勉強会などの情報交流、婚活など
運営資金	個別プログラムに参画する企業の資金など	会費	会費、事業ごとに補助金活用、ファンドなど	会費、一部補助金など
特徴	農林水産省では農業者担当だけでなく、参画企業の営業担当を配置。企業の地域や業種（各業種1社で多業種との連携を目指す）に配慮し開拓	普段のコミュニケーションはネット事務局などの運営母体強化を検討したこともあるが、継続が最大の目的であるため、組織化よりも緩いつながりであることを優先	勉強会などは広告代理店と連携するなど、異業種連携の実績あり。また、NPO法人として組織化し、積極的にファンドを活用するなどして事業展開	会員は後継者としての自覚が強いが、周辺の意識は「お手伝い」レベル。そのため、経営者としての仲間づくり、相談の場としての役割は重要

*1. いまこそ、ケインズ・シュンペーターに学べ 吉川洋、ダイヤモンド社、2009年。オーストリアの経済学者ヨーゼフ・シュンペーターは「経済発展の理論（1912年）」において、5つのイノベーションとして、「新しい商品の創出」「新しい生産方法の開発」「新しい市場の開拓」「原材料の新しい供給源の獲得」「新しい組織の実現」の実現をあげた。
本調査で取り上げる女性農業者ネットワークはイノベーションのひとつである「新しい組織の実現」であり、存在そのものがすでにイノベーションを実現していると言える。

■ 3. 女性農業者ネットワークのイノベーション (取り組みの成果)

女性農業者ネットワークの関係者に伺ったご意見から、女性農業者ネットワークがもたらしたイノベーションを①「緩やかさ」②「特別」③「身近」の3つのキーワードとネットワーク参画者別で分類し、図表2の通り整理した。

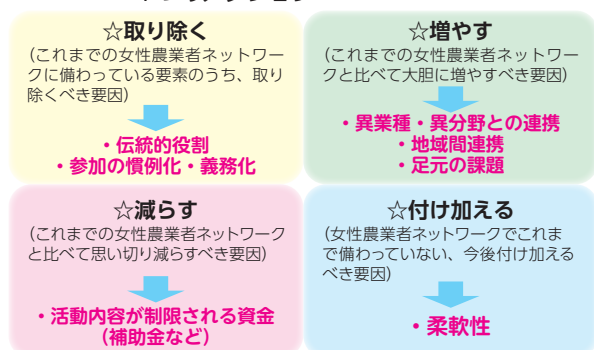
■図表2 先行事例からみるイノベーションのキーワードと詳細まとめ

キーワード	詳細
「緩やかさ」： 農業者に対する波及効果	①様々な人や情報が集積＝今まで得ることが難しかった農業や経営の専門情報・技術の入手が可能になった。
「特別」： 参画者（企業）に対する波及効果	①新たな市場の提供：「農業女子」そのものが一定規模の新たな市場 ②新たなブランド価値の提供：「農業女子」によるこだわりのギフト商品開発や軽トラック開発などによる新ブランドの確立や企業の社会貢献（CSR 効果）などの企業イメージUP
「身近」： 参画者（企業、行政など）、農業者に対する波及効果	①農業×他分野（エネルギーや教育等）：農業や生活から感じる問題意識を新たな農業ビジネスとして可能性を広げる機会 ②女性農業者の跡継ぎ問題など地域ならではの課題をテーマとしたより実践的な支援内容の提供

■ 4. イノベーションを可能にした要因①： 先行事例の女性農業者ネットワークのイノベーション＝「新しい組織の実現」を可能にした要因

次に、先行事例の女性農業者ネットワークが新しい組織として成立することを可能にしたイノベーションの要因について、下記の通り、アクションマトリクスを使ってさらに整理・分析を行った。まず、「嫁」や「お手伝い」といったこれまでの概念を「取り除」き、活動内容が制限される資金を「減らす」ことで参加者の主体性を促し、これまでに女性農業者ネットワークに備わっていない

■図表3 先進事例の女性農業者ネットワークがイノベーションを生み出す＝新しい組織であるための要因～4つのアクション～



<参考>ブルー・オーシャン戦略-競争のない世界を創造するー
W・チャン・キム/レネ・モボルニユ 株式会社ランダムハウス講談社 2005年を参考に作成

かった地域、業種、慣習などの枠にとらわれることなく、柔軟に交流している点が先行事例の女性農業者ネットワークを新しい組織とし、さらには前述したイノベーションをもたらしたと考える。

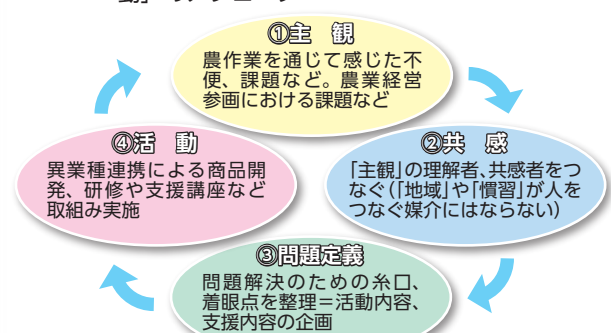
■ 5. イノベーションを可能にした要因②： 「新しい組織」がさらなるイノベーションをもたらすためのアプローチ

さらに、先行事例の女性農業者ネットワークの課題解決策検討や商品開発などの活動のアプローチについて考察すると、女性農業者が日ごろ感じている不便や課題などの「主観」的な要因に関して、地域や業種を超え「共感」しあった人々がどのような解決方法があるのかを「問題定義」し、商品開発や技術研修などの様々な「活動」を行うことを繰り返している（図表4）。

一方で、これまでの地縁、血縁における女性農業者ネットワークにおける取組み（支援や六次産業など）は、支援対象者や消費者のニーズ分析などをアンケート調査で把握した「客観」的なデータを「論理」的に分析し、活動内容や支援策などの「計画」を策定することが基本であった。

このように、本調査で見てきた女性農業者ネットワークは既存のネットワークとは全く違ったアプローチとなっている。

■図表4 女性農業者ネットワークにおけるイノベーションを創造するための「主観」「共感・問題定義」「活動」のアプローチ



<参考>スタンフォード・デザイン・ガイド デザイン思考 5つのステップ
スタンフォード大学 ハッソ・プラットナー・デザイン研究所 慶應義塾大学 SFC デザイン思考研究会(編)を参考に作成

■ 6. 今後の課題

女性農業者ネットワークが見出してきた課題やテーマに関して、社会的価値のみが優先されるのではなく、経済的価値を見出すことで、参画者がそれぞれ役割を果たし、活動の継続性を担保することが重要と考える。